

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah melakukan penelitian langsung dengan menyebar angket yang diajukan kepada pengunjung wisata hutan mangrove pancer Trenggalek. Kemudian peneliti mengolah data dari hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi IBM *SPSS 22.0*, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah untuk menjelaskan:

#### **A. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Berkunjung di wisata hutan mangrove**

Dari hasil uji-t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di wisata hutan mangrove. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,398 > 1,986$  dan sig.  $0,019 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$ . Koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di hutan mangrove pancer Trenggalek.

Penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono bahwasanya fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada

sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen.<sup>47</sup> Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan ekterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.<sup>48</sup> Kemudian, fasilitas juga berperan penting untuk keinginan seseorang untuk berkunjung ketempat tersebut. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pengunjung.<sup>49</sup> Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas itu merupakan faktor yang tidak dapat terpisah oleh kepuasan pengunjung, karena besar kecilnya nilai signifikan fasilitas akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya jumlah pengunjung untuk berlibur di tempat wisata tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Ahmad Mansyur Pane yang berjudul “Pengaruh Kualitas layanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal”. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen di zona futsal.

Jadi, berdasarkan dari hasil penelitian tersebut fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek

---

<sup>47</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hlm. 19

<sup>48</sup> Fima Rosida, *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat*, (Sumatera Utara: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hlm. 39

<sup>49</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2009), hlm. 45

wisata hutan mangrove pancer Trenggalek, karena para wisatawan tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh pihak pengelola mulai dari keindahan alam disekitar hutan mangrove, spot-spot foto yang unik sehingga dapat menarik para pengunjung wisatawan.

## **B. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Berkunjung di Wisata Hutan Mangrove**

Dari hasil uji-t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di wisata hutan mangrove. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,628 > 1,986$  dan  $sig. 0,010 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_2$ . Koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di hutan mangrove pancer Trenggalek.

Secara teori, korelasi antara harga dan kepuasan pengunjung dijelaskan oleh teori Philip Kotler yaitu harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Dengan arti lain, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang akan ditukarkan konsumen untuk sejumlah manfaat barang atau jasa. Kebanyakan harga merupakan faktor utama yang akan mempengaruhi konsumen ketika membeli suatu barang atau

jasa.<sup>50</sup> jadi dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa harga merupakan faktor yang tidak dapat terpisah oleh kepuasan pengunjung, karena besar kecilnya nilai signifikan harga akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya jumlah pengunjung untuk berlibur di tempat wisata tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Penelitian Fima Rosida yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat”. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata di pantai air bangis Kabupaten Pasaman.

Jadi, berdasarkan dari hasil penelitian harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek, karena para wisatawan tertarik dengan penawaran yang berikan oleh pihak pengelola dengan memberikan harga yang terjangkau untuk semua kalangan pengunjung yaitu dengan harga tiket masuk sebesar Rp. 5.000/orang.

### **C. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung di Wisata Hutan Mangrove**

Dari hasil uji-t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

---

<sup>50</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. indeks Kelompok Gramedia, 2003), hlm. 153

berkunjung di wisata hutan mangrove. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,022 > 1,986$  dan  $sig. 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_3$ . Koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di hutan mangrove pancer Trenggalek.

Dari penelitian yang saya lakukan, responden sangat setuju bahwa lokasi obyek wisata hutan mangrove ini mudah ditemukan karena lokasinya berada dipinggir jalan raya. Artinya, lokasi wisata hutan mangrove ini sangat strategi dan akses jalan menuju wisata tersebut juga lancar. Kemudian, di hutan mangrove ini juga memiliki lahan parkir yang luas dan aman. Sehingga, dengan lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan lingkungan yang nyaman akan menarik minat konsumen untuk menikmati tempat wisata tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah kepuasan.

Dari fakta diatas lokasi merupakan faktor yang tidak dapat terpisah oleh kepuasan pengunjung, karena besar kecilnya nilai signifikan lokasi akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya jumlah pengunjung untuk berlibur di tempat wisata tersebut. Lokasi adalah kondisi dimana konsumen akan mendatangi tempat penyedia jasa. Sebelum menentukan lokasi, sebaiknya perusahaan memikirkan jarak, kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi, ketersediaan alat transportasi umum bagi

kemudahan konsumen dalam menempuh jarak menuju lokasi tempat wisata tersebut.<sup>51</sup>

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dendi Sumawan yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada soto kudu Kauman, Pondok Cabe Kota Tangerang Selatan)”. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan soto kudu kauman, Pondok Cabe Kota Tangerang Selatan.

Jadi, berdasarkan dari hasil penelitian tersebut lokasi ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek, karena para wisatawan tertarik dengan penawaran yang berikan oleh pihak pengelola dengan lokasi wisata yang luas dan lokasinya yang strategis sehingga pengunjung mudah untuk menemukan lokasi wisata tersebut.

#### **D. Pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung di Wisata Hutan Mangrove**

Hasil dari uji-F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer

---

<sup>51</sup> Ahmad Mansyur Pane, *Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal*, ( Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hlm. 36-37

Trenggalek. Hal ini ditunjukkan dengan  $H_0$  ditolak dan terima  $H_a$ . Karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $57,178 > 2,70$  atau signifikansi  $F$  0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ .

Dari hasil penelitian yang saya lakukan pada pengunjung yang mengunjungi obyek wisata hutan mangrove tersebut, kepuasan yang mereka rasakan cukup tinggi. Dimana, kebanyakan responden menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap fasilitas yang disediakan di obyek wisata, kemudian harga yang ditawarkan dan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para pengunjung wisatawan.

Hasil penelitian ini, selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Ahmad Mansyur Pane yang berjudul “Pengaruh Kualitas layanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal”. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen di zona futsal.

Menurut kotler dan keller, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan

pemakaiannya.<sup>52</sup> Kepuasan konsumen atau wisatawan akan tercipta ketika mereka merasakan secara nyata dalam momen wisata mereka. Kepuasan konsumen bisa dilihat dari jumlah wisatawan yang datang untuk berkunjung dari tahun ke tahun maupun juga bisa dilihat dari hari ke hari, apabila semakin hari jumlah pengunjung semakin banyak maka tingkat kepuasan pengunjung bisa dikatakan tinggi.<sup>53</sup>

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh kotler dan Amstrong faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang akan mempengaruhi kepuasan berkunjung wisatawan. Menurut kotler dan keller bauran pemasaran itu sendiri merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya dipasar sasaran. Faktor-faktor dalam bauran pemasaran ini meliputi produk/fasilitas, harga (*Price*), dan tempat/lokasi.<sup>54</sup> Karena apabila bauran pemasaran harga, lokasi dan fasilitas yang tepat akan menciptakan kepuasan pada pengunjung dan pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan yang loyal atau pelanggan yang setia untuk mengunjungi tempat wisata hutan mangrove tersebut.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup>Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), hlm. 58

<sup>53</sup> Rimsky K Judisseno, *Aktivitas dan kompleksitas Kepariwisataaan*, (Jakarta: Gramedia, 2017), hlm. 184

<sup>54</sup> Bahri, *Modul Pengantar Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), hlm. 121

<sup>55</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 17